# BAB I

# PENDAHULUAN

## 1.1. Latar Belakang

Internet merupakan jaringan global komputer dunia**,** besar dan sangat luas sekali dimana setiap komputer saling terhubung satu sama lainnya dari negara ke negara lainnya di seluruh dunia dan berisi berbagai macam informasi, mulai dari *text*, gambar, *audio*, video dan lainnya. Internet berguna untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia khususnya di Indonesia, sudah waktunya para profesional Indonesia memanfaatkan jaringan internet dan menjadi bagian dari masyarakat informasi dunia.

PT.Telelekomunikasi Indonesia, Tbk. atau biasa disebut dengan PT. Telkom, Tbk. adalah salah satu perusahaan negara yang bergerak khusus dibidang telekomunikasi, salah satu produk yang menjadi unggulannya adalah Speedy.

Speedy adalah nama produk Layanan Internet *Access End to End* dari PT.Telkom, Tbk. dengan basis teknologi *Asymetric Digital Subscriber Line* (ADSL), yang dapat menyalurkan data dan suara secara simultan melalui satu saluran telepon biasa dengan kecepatan yang dijaminkan sesuai dengan paket layanan yang diluncurkan dari modem sd BRAS (*Broadband Remote Access Server*). Sebagai perusahaan negara yang besar dan mendominasi perdagangan produk jasa internet di Indonesia, PT. Telkom dengan produk andalannya Speedy siap menjadi pemegang kendali atas layanan produk jasa internet kabel di Indonesia.

Paket layanan disesuaikan dengan kebutuhan konsumen khususnya di Indonesia, salah satu paket Speedy yang menjadi peluang bisnis bagi wirausahawan adalah Paket Speedy Warnet. Paket Speedy Warnet adalah paket Speedy dengan pemakaian tidak terbatas, dengan pemakaian berapapun baik dalam hitungan

waktu ataupun *volume* maka biaya per bulan berkisar Rp 195.000-Rp 1.200.000/bulan sebelum PPN. Biaya aktivasi sebesar Rp 75.000. Biaya diawal lainnya adalah biaya penyediaan dan penyettingan modem yang bervariasi dan tergantung ada promo atau tidak. Paket Speedy Warnet memiliki QoS (*Quality of Service*) *bandwidth* sampai dengan 32 kB/s (kurang lebih 256 kbps) *speed* tidak kurang dari 32 kB/s (walaupun *speed upto* 384 kpbs yang dijaminkan PT. Telkom, Tbk. adalah *speed* dari modem sampai BRAS).

Untuk menjaga kelangsungan usahanya, pihak PT.Telkom, Tbk. selalu berusaha menjaga hubungan baik dengan pelanggannya, termasuk pelanggan Paket Speedy Warnet, salah satunya dengan menjaga kualitas kecepatan dan harga dari Paket Speedy Warnet itu sendiri. Usaha menjaga hubungan baik tersebut bisa dilakukan dengan memantau kepuasan pelanggan dan memverifikasi elemen-elemen yang dapat meningkatkan kepuasan tersebut.

Pemantauan kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara pengukuran kualitas pelayanan, salah satu pengukuran nilai kualitas pelayanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan metode servqual.

Dari pengukuran servqual dapat diketahui tingkat kepuasan pelanggan serta kinerja dari karyawan persuahaan, hal ini akan meningkatkan hubungan antara pelanggan dengan perusahaan dimana hal ini disebut dengan *Customer Relationship Management* (CRM).

Dari uraian latar belakang di atas penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **"Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan Speedy Warnet Dengan Metode SERVQUAL Di Daerah Operasional PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk. Plasa Bandung VII Kandatel Bandung"**.

## 1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka identifikasi masalahnya sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Speedy Warnet terhadap produk Speedy yang dipakai?
2. Bagaimana hubungan antara Gap 1 dan Gap 5 antara persepsi pelanggan dan karyawan Telkom di daerah operasional PT.Telkom, Tbk. Plasa Bandung VII Kandatel Bandung?

## 1.3. Pembatasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah yang akan dibatasi penulis pada penelitian ini adalah penelitian dilakukan terhadap pengelola warnet, dengan menggunakan bantuan *software* SPSS 12.0 *for windows.*

## 1.4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Speedy Warnet terhadap produk Speedy yang dipakai?
2. Mengetahui hubungan antara Gap 1 dan Gap 5 antara persepsi pelanggan dengan karyawan Telkom di daerah operasional PT.Telkom, Tbk. Plasa Bandung VII Kandatel Bandung?

## 1.5. Sistematika Penulisan

**LEMBAR PENGESAHAN**

**ABSTRAK**

**LEMBAR PERSEMBAHAN**

**KATA PENGANTAR**

**DAFTAR ISI**

**DAFTAR TABEL**

**DAFTAR GAMBAR**

**BAB 1 PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Masalah

Menyajikan tentang latar belakang penelitian yang akan dilakukan.

1.2. Identifikasi Masalah

menyajikan item-item permasalahan yang akan dijawab dalam penelitian.

1.3. Pembatasan Masalah

Menyajikan batasan masalah yang dilakukan dalam penelitian.

1.4.Tujuan Penelitian

Menyajikan tujuan akhir dari penelitian.

1.5. Sistematika Penulisan

Menyajikan secara garis besar bab dan subbab dari laporan penelitian ini.

**BAB II LANDASAN TEORI**

2.1. Jasa

2.2. Kepuasan Pelanggan

2.3. *Customer Relationship Management* (CRM)

2.4. Desain Kuesioner

2.5. Pengujian Alat Ukur

2.6. Statistika Deskriptif Tendensi Pusat (*Central Tendency*)

2.7. Diagram Kartesius

**BAB III KERANGKA PEMECAHAN MASALAH**

3.1. *Flowchart* Penelitian

Diagram alir dari proses penelitian yang dilakukan.

3.2. Langkah-langkah Pemecahan Masalah

Penjelasan dari diagram alir secara rinci.

## BAB IV PENGUMPULAN DAN PENGOLAHAN DATA

### 4.1. Pengumpulan Data

mengumpulkan data yang diperlukan dalam proses penelitian.

### 4.2. Pengolahan data

Pengolahan data yang diperoleh dari hasil pengumpulan data.

## BAB V ANALISIS

Menganalisis dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan.

## BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

### 6.1. Kesimpulan

Berisikan dari hasil analisis yang telah dilakukan.

### 6.2. Saran

Berisikan saran yang berguna untuk perbaikan perusahaan.